

**Archivo adjunto 1a:**  
**Grupos de Discusión 2018 de la**  
**campana *Conozca su cuerpo:***  
***Infórmese sobre los cánceres***  
***ginecológicos de los CDC***  
**GUÍA DE DISCUSIÓN PARA EL**  
**MODERADOR EN ESPAÑOL**

La información pública reportada para esta recolección de información está estimada en un promedio de dos (2) horas por respuesta incluyendo el tiempo para revisar las instrucciones, buscar fuentes de datos existentes, reunir y mantener los datos necesarios y completar y revisar la recopilación de información. Una agencia no puede realizar o patrocinar, y una persona no está obligada a responder a una solicitud de información a menos que muestre un número de control OMB válido. Envíe sus comentarios sobre el tiempo estimado o cualquier otro aspecto de esta recolección de información, incluyendo sugerencias para reducir esta carga de información a: CDC/ATSDR Reports Clearance Officer; 1600 Clifton Road, MS D-74, Atlanta, GA 30329, ATTN: PRA (0920-1154).

## Guía de Discusión: Grupos de Discusión para Mujeres de 35 a 65 años

El tiempo estimado para completar la recopilación de datos es de aproximadamente dos (2) horas. Bajo la Ley para la Reducción de Trámites (OMB Paperwork Reduction Act, por su nombre en inglés), no se requiere que ninguna persona responda a una recopilación de datos a menos que contenga un número de control válido OMB.

### ***I. ANTECEDENTES (5 minutos)***

#### **La moderadora deberá:**

- Presentarse y agradecer a las participantes por su asistencia.
- Identificar el tema en términos generales y explicar el propósito de la discusión.
- Explicar la presencia y el propósito de las grabaciones de audio y las personas que están observando.
- Animar a las participantes a hablar con franqueza.
- Tomar en cuenta que los nombres de las participantes no serán usados en ningún reporte.

*Ejemplo:*

#### **Saludos:**

Buenas tardes para todas. Mi nombre es \_\_\_\_\_. Gracias por acompañarnos el día de hoy.

*[La moderadora hará una pequeña reseña sobre sí misma].*

#### **Propósito/patrocinador:**

Vamos a buscar algunas ideas para algunos anuncios de publicidad impresos/anuncios en televisión y otros materiales sobre algunos tipos de cáncer que afectan a las mujeres. Y me gustaría escuchar sus reacciones y sugerencias.

Nuestra charla está patrocinada por Los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades /Centers for Disease Control and Prevention - o CDC (por sus siglas en inglés). Alguien ha oído hablar de los CDC? Los CDC, son parte de los servicios de salud pública de los Estados Unidos. La razón por la cual les estoy hablando sobre esto es para hacer énfasis en que los materiales que estaremos observando no han sido desarrollados por una compañía que quiere que ustedes compren algo. Esto es estrictamente un programa de concientización sobre la salud.

#### **No hay preguntas correctas o incorrectas:**

Por favor, tome en cuenta que estoy interesada en sus ideas y opiniones - no hay respuestas correctas o incorrectas. Le animo a que sea sincera sobre su punto de vista sobre cualquier cosa que surja. No voy a utilizar sus nombres en mi informe - y espero que les ayude a sentirse cómodas compartiendo sus opiniones honestamente. Yo no trabajo en este proyecto, por lo tanto usted no va a herir mis sentimientos si hay cosas que no le gustan sobre lo que estamos observando. Estoy aquí para saber que opina- este es mi trabajo.

#### GRABACIONES/PERSONAS QUE ESTAN OBSERVANDO:

Estamos siendo grabadas en video y audio, así me puedo concentrar en hablar con ustedes. En caso de que exista algún problema con la grabación, le he pedido a alguien que trabaja conmigo que tome notas en el cuarto que está detrás de este espejo. Debido a la grabación, es muy importante que todas hablen por lo menos tan fuerte como yo lo estoy haciendo. Si usted me ve haciendo esto (gestos con las manos para que suban las voces) será un recordatorio para hablar un poco más alto. Al mismo tiempo, no se ofendan si debo interrumpirlas para pasar a otro tema. ¡Tenemos muchas cosas de que hablar el día de hoy!

#### **II. PRESENTACIONES (10 minutos)**

Ahora, permítanme conocerlas. Por favor tomen un momento antes de presentarse y piensen sobre esto...

Una de las cosas de las que estaremos hablando es sobre su reacción a algunas ideas preliminares para algunos anuncios que podrían aparecer en la televisión o en Internet. Mientras usted se presenta, cuéntenos brevemente sobre un anuncio publicitario que haya sido inolvidable para usted, puede ser un anuncio publicitario acerca de cualquier producto, en cualquier lugar. Estoy interesada en saber qué es lo que hace que las personas recuerden los anuncios publicitarios.

[Pida comenzar a la primera persona.] \_\_\_\_ , quiere comenzar?

#### **III. TEMAS DE DISCUSIÓN**

##### **A. CONOCIMIENTO SOBRE LA DETECCIÓN DEL CÁNCER GINECOLÓGICO (aproximadamente 15 minutos)**

*Objetivo:* Evaluar el conocimiento de las participantes sobre los temas del cáncer ginecológico.

Antes de que veamos los conceptos del anuncio, tengo curiosidad sobre qué tipos de cosas ya habrán oído. Por ejemplo:

- Me pregunto, ¿Alguien ha oído hablar sobre el cáncer ginecológico? *[Si la respuesta es no, la moderadora debe preguntar si alguien tiene alguna idea de lo que esto significa].*
- ¿Puede decirme qué tipo de cánceres son los cánceres ginecológicos?
- ¿Ha oído algo acerca de que los cánceres ginecológicos tienen síntomas? ¿Cuáles son estos síntomas?
- ¿Qué ha escuchado acerca de las pruebas de detección de estos cánceres? ¿Cuál prueba se utiliza para cada cáncer?
- ¿Ha escuchado algo sobre quién debe realizarse estas pruebas?
- Cuando alguien menciona la prueba de Papanicolaou: ¿Qué tipo de cánceres o condiciones podría detectar esta prueba?
- ¿Con qué frecuencia se realiza la prueba de Papanicolaou? ¿Por qué esa frecuencia?
- ¿Se realiza la prueba por lo menos una vez cada cinco años? *[Pregunte por qué no se realizan las pruebas de detección frecuentemente].*
- ¿Esperaría más tiempo entre las pruebas de Papanicolaou si su médico se lo recomienda?
- ¿Ha escuchado algo sobre de no realizarse una prueba de Papanicolaou después de cumplir cierta edad?
- ¿Ha escuchado sobre la prueba del VPH? *[Si no lo ha mencionado: ¿Para qué se utiliza?]*
- ¿Qué ha escuchado? ¿Quién necesita realizarse esta prueba?
- ¿Alguien se ha realizado la prueba del VPH?

**B. PRUEBA PARA LOS CONCEPTOS DE TV (aproximadamente 65 minutos, incluyendo visualización, clasificación y discusión)**

**Objetivo:** Obtener reacciones sobre los conceptos de televisión.

**Nota:** Cada concepto tendrá un nombre asignado, para evitar confusiones. Pase el orden de los conceptos de TV de grupo a grupo.

- Recuerde a las participantes que deben apagar sus teléfonos celulares.
- Pida a las participantes que vean todo el concepto antes de calificarlo.
- Recuérdeles que los títulos no son importantes y no se mostrarán en los anuncios reales. Explique que los títulos son sólo para propósitos de identificación.

- Dígale a las participantes que recibirán folletos con información sobre los cánceres ginecológicos después de la sesión, por lo que no necesitan tomar notas mientras observan los conceptos.

**Antecedentes sobre la prueba de conceptos de TV:**

Antes de mostrar los conceptos, la moderadora explicará (y repetirá según sea necesario, a lo largo de la

discusión) puntos clave acerca de qué son los conceptos publicitarios / y qué no son para ayudar a las

participantes a organizar sus reacciones, calificaciones y comentarios. Puede utilizar "posibles enfoques

creativos" para describir "conceptos". Por ejemplo:

**Primero, veremos algunas ideas para anuncios de televisión. Antes de mostrárselos, hay algunas cosas que debe de tomar en cuenta.**

- Estos anuncios se pueden mostrar en televisión o en Internet, como en YouTube o en otros sitios web, aunque me referiré a ellos como "anuncios de televisión".
- Las ideas creativas que verán no son anuncios terminados - estos sólo fueron creados para darles una idea de lo que se está considerando.
- La mayoría de los anuncios reales tienen personas reales moviéndose, hablando y así sucesivamente. Hoy verán fotografías que han sido editadas conjuntamente, así que necesitarán usar su imaginación para imaginar cómo se verían estas ideas cuando y si se llegaran a producir ... La gente real se moverá y hablará en escenas reales como las que hemos usado en estas fotografías. Hay una excepción ... un anuncio que les mostraré será un anuncio animado. Les explicare un poco más antes de que se los enseñe.
- Por cada una de las ideas del anuncio, reproduciré un video. Escucharán a una o más personas "actuar" leyendo un guión. **Recuerden esto muy claramente:** no es un producto terminado. Las personas que ven y escuchan hoy no estarán en el anuncio final. Si no les gusta la voz de alguien, o creen que no parecen muy correctas, por favor no se preocupen o tomen una decisión basándose en esto. Esas cosas son fáciles de cambiar cuando el anuncio real se produce. Para cada concepto del anuncio, el trabajo de ustedes consiste en pensar en la información, cómo es proporcionada y en si un anuncio llama su atención. En otras palabras, ¿funciona para usted? [Trate de no usar la palabra "actores", ya que los participantes siempre dicen que prefieren personas "reales".]

- Después de ver cada concepto de los anuncios, lo calificarán, basándose en su reacción al enfoque creativo que utilizaron. Si piensan en ello, hay muchas maneras diferentes de presentar la misma información - por ejemplo: Algunos anuncios de autos son divertidos. Algunos son serios. Algunos tienen un narrador que dice lo que está sucediendo. En otros, sólo hay un primer plano del auto. Todos estos son diferentes enfoques creativos - pero todos están tratando de hacer lo mismo: vender autos. Pero un enfoque puede funcionar mejor que los otros para ustedes.
- Así pues, mientras observan cada uno de estos, quiero que se concentren en el enfoque creativo para presentar información sobre nuestro tema. Hablaremos acerca de la información que usted escuchará, pero su tarea principal es decidir el mejor enfoque creativo - la forma en que la información se presenta en estas ideas.
- Por favor piensen en su propia reacción a cada concepto. Es tentador pensar en cómo podrían reaccionar otras mujeres, pero quiero que los califiquen basándose en cómo funciona el enfoque creativo para USTED, no para sus madres, ni sus hija, ni nadie más.

Y, por último, otra cosa que deben intentar hacer ... a pesar de que es difícil. No quiero que comparen el primer anuncio con el segundo o el tercero. Quiero recibir su reacción a cada anuncio como si fuera el único que han visto. Porque cuando está en la TV, no verán otros anuncios ... sólo verán el que se esta mostrando. Es difícil, pero inténtelo de todos modos!

#### 1. Presentación y calificación de los conceptos de TV:

Echemos un vistazo a las hojas de calificaciones que tenemos aquí para que puedan ver lo que deben considerar al ver cada anuncio. ¿Hay alguna pregunta?

Introduzca los conceptos en diferente orden en cada grupo, reproduciendo un DVD que muestre un tratamiento animado para cada anuncio.

Pida a las participantes que escriban las reacciones en una hoja de calificación separada después de cada anuncio, pero no lo haga hasta después de que los tres primeros se hayan mostrado.

#### 2. Concepto de TV y discusión:

Después de presentar tres conceptos de televisión, la moderadora facilitará la discusión de cada uno, enfocándose en las calificaciones que las participantes asignaron y las razones de esa calificación; Por ejemplo: gustos / disgustos, etc.

**Voy a empezar por preguntarles cómo calificaron éste ... vamos a utilizar [palabras clave para cada opción de calificación] No hay comentarios todavía. [La moderadora hará que cada participante calcule las calificaciones de manera que las personas que están tomando notas / la grabación pueda registrar las calificaciones de todas.]**

**Ahora me gustaría conocer las razones por las que lo calificaron de esta manera. Compartan la calificación que le han dado y cuéntenos sus razones.**

La moderadora hará que varias participantes expliquen por qué dieron esas las calificaciones.  
Posibles sondeos/preguntas:

**Sin importar si le gusto o no, ¿Cuál es el mensaje?**

*Escuche lo siguiente:*

- Todas las mujeres corren riesgo de cáncer ginecológico.
- Es importante saber lo que es normal para usted, para que puede reconocer signos y síntomas.
- Los síntomas no son los mismos para todas las mujeres.
- Hable con su profesional de la salud si experimenta síntomas durante 2 semanas o más.
- Los síntomas no siempre significan cáncer ginecológico, pero es importante averiguarlo.
- La detección temprana mejora la supervivencia.

Sondeará frases y mensajes específicos utilizados en los conceptos que reflejan los mensajes centrales de la campaña, tales como:

- **¿Se identifica personalmente con este anuncio? ¿Cuáles son algunas de las razones por las que se identifica con el (o no)?**
- **¿Qué le atrajo sobre este tipo de enfoque creativo?**
- **¿Qué no le atrajo?**
- **¿Le incitaría a hacer algo?**
- **Si piensa que este anuncio debe cambiarse o modificarse de alguna manera, ¿qué haría para hacerlo más atractivo para usted? Está bien si piensa que está bien así como está. O si piensa que necesita demasiado trabajo para poder arreglarlo.**
- **¿Es este un anuncio que llamaría su atención?**
- **¿Existen palabras o frases que eran confusas o difíciles de entender?**

*[La moderadora repetirá el proceso de mostrar, calificar y discutir los conceptos restantes].*

### **C. COMPARACIÓN DE LOS CONCEPTOS DE TV ( aproximadamente 15 minutos)**

**Objetivo:** Determine qué concepto (s) resuena más con las participantes y por qué. *[Nota: La moderadora debe listar los conceptos en el mismo orden del rotafolio que aparece en la hoja de clasificación.]*

La moderadora deberá:

- Pedir a todas las participantes que vuelvan a ver los guiones de los anuncios, ahora que todos ya han sido discutidos.
- Explicar la hoja de clasificación y hacer que las participantes la completen.
- Facilitar la presentación del informe de la primera, segunda, tercera y la última clasificación.

**Ahora ustedes tienen el trabajo más difícil de clasificarlos - para ayudar a la gente que trabaja en este proyecto, decidan qué anuncios valdría la pena producir.**

**Miren de nuevo todos los conceptos. [La moderadora muestra los paneles para recordarle los conceptos a las participantes. No hay tiempo suficiente para volver a reproducir el DVD.]**

**Quiero que clasifiquen cada enfoque creativo en el orden de su preferencia. Aquí hay una hoja de clasificación que tiene los títulos de cada concepto. Echémosle un vistazo para asegurarnos de que está claro lo que ustedes necesita hacer.**

**Junto al título del que más les guste - es decir, el que crean que tendría mejor oportunidad de llamar su atención y hacerle querer aprender más sobre este tema, pongan el número 1.**

**Ahora encuentren el título de uno como el segundo que es mejor para usted y pongan # 2. Y así sucesivamente.**

**El que a usted le gusto menos obtendrá el numero 6 (o 7).**

*La moderadora prestará atención a las participantes en caso de que haya alguna confusión y necesitan ayuda para completar esta actividad.*

**Ahora, voy a referirme a cada anuncio y ver cómo lo clasificaron.**

**Para el anuncio titulado \_\_\_\_\_ ¿alguien lo puso en primer lugar? Si es así, levanten su mano y manténganla levantada mientras cuento.**



¿Alguien puso el anuncio con \_\_ \_ en segundo lugar? [Vaya registrando el número de votos en el rotafolio.]

¿Alguien puso \_\_ en tercer lugar?

Último lugar... número 6. [Registre los votos]

La moderadora deberá repetir el proceso para los títulos restantes. Luego preguntará y facilitará una discusión breve sobre las calificaciones en general.

**Una pregunta más sólo para asegurarnos de que entendemos lo que están diciendo ... si el CDC puede producir sólo uno o dos anuncios, ¿cuáles deberían ser?** (La moderadora confirmará las dos primeras opciones del ranking, confirmando los cambios que son importantes para las mujeres del grupo).

#### **D. PRUEBAS DEL CONCEPTO DE IMPRESION ( ? )**

**Objetivo:** Obtener reacciones para imprimir los conceptos y determinar cuál (es) resuenan más con las participantes y por qué.

Introduzca los conceptos en diferente orden en cada grupo, distribuyendo impresiones a color de cada anuncio. Pida a las participantes que escriban sus reacciones en una hoja de calificación separada después de cada anuncio, pero no hasta que todos los anuncios hayan sido mostrados/revisados.

La moderadora aclarará que a pesar de que se les llama “anuncios impresos”, estos también podrían aparecer en Internet o como anuncios publicitarios (en centros comerciales, aeropuertos, autobuses, etc.)

Sondeo:

- ¿Es éste un anuncio que llamaría su atención?
- ¿Se identifica personalmente con este anuncio? ¿Cuáles son algunas de las razones por las que sí se identifica con el (o no se identifica)?
- ¿Qué le atrajo sobre este tipo de enfoque creativo?
- ¿Qué no le atrajo sobre este tipo de enfoque creativo?
- ¿Le incitaría a hacer algo?
- ¿Tiene sugerencias para hacer que este anuncio sea más atractivo para usted? ¿Existe algo fácil de arreglar que podría hacer que le gusta más el anuncio? Está bien si usted piensa que el anuncio está bien de la forma en la que está ... o si no cree que se puede arreglar ... sólo estamos preguntándonos si hay algo que debe hacerse para que sea más eficaz.

- **¿Existen palabras o frases que eran confusas o difíciles de entender?**

#### **IV. CONCLUSIÓN ( aproximadamente 10 minutos)**

**Objetivo:** Obtener ultimas sugerencias de las participantes para terminar y agradecerles por su participación.

**Ya casi se nos termina el tiempo.**

**¿Qué otra información sobre los cánceres ginecológicos le gustaría obtener?**

**¿Le ha sorprendido alguna información que escucho durante esta sesión? ¿Qué información?**

**¿Aprendió algo nuevo?**

La moderadora deberá:

- Salir a comprobar con el (los) observador (es) sobre cualquier pregunta final si el tiempo lo permite, incluyendo comentarios sobre el anuncio actual que vieron mientras el moderador está fuera de la sala. (La moderadora puede pedir que las participantes escriban las respuestas a las preguntas anteriores para que tengan algo que hacer mientras salen.)
- Regresar a la sala del grupo de enfoque; Plantear preguntas según lo permita el tiempo.
- Pedirle a las participantes que pongan todos los conceptos del anuncio junto con su hoja de clasificación utilizando un clip para recogerlos después de que se hayan ido.
- Agradecer a las participantes y compartir instrucciones necesarias para su partida. (Déjeles saber que recibirán hojas informativas del cáncer ginecológico en conjunto con su cheque.)

*Sondeo adicional (si hay tiempo):*

- **¿Alguna vez ha oído hablar de la campaña Inside Knowledge/Conozca su Cuerpo antes de nuestra sesión del día hoy? Si es así, ¿cómo y dónde lo escucho?**

**TIEMPO TOTAL: Aproximadamente 120 minutos, sin incluir los conceptos impresos**